

Otarian, vegetariano y de bajo impacto

Salvo raras excepciones, la carta de los restaurantes presenta una perspectiva desoladora para quienes, por un motivo u otro, han decidido no comer carne. A pesar del aumento de información con respecto a los valores medioambientales y sociales de optar por una dieta vegetariana y del número creciente de consumidores que eliminan la carne de su alimentación, los restaurantes aún no ofrecen una alternativa real y variada a los platos convencionales, en su mayoría compuestos por productos procedentes de animales.

Esta realidad inspiró a Radhika Oswal a fundar la cadena de establecimientos de comida rápida vegetariana Otarian. Estos restaurantes ofrecen una amplia variedad de platos inspirados en recetas provenientes del mundo entero que se elaboran con ingredientes locales y ecológicos.

Además de ser un establecimiento vegetariano y comprometido, Otarian es una empresa que cuida todos sus detalles desde el punto de vista ecológico. Sus locales han sido íntegramente reformados y decorados con materiales reciclados (plástico, vidrio y aluminio). Los envases en que presenta sus platos están producidos con materiales 100% biodegradables y compostables. Asimismo, el restaurante recicla o composta el 98% de sus residuos y practica un tipo de cocina sobria con el fin de ahorrar recursos (según su fundadora, Otarian consume tres veces menos agua que un establecimiento convencional equivalente) y hace referencia en la carta al contenido en CO2 de cada especialidad y a la cantidad de emisiones que se ahorran con respecto a un plato equivalente que hubiera sido elaborado con carne.

“Aunque muchos de nuestros clientes no están muy familiarizados con lo que significa el contenido en CO2 de un plato, sí son sensibles al beneficio que representa para el planeta, comenta la propietaria, Radhika Oswal. Entre los menús que propone Otarian se encuentran los “bajos en carbono”, que combinan platos con un ahorro mínimo de 3kg de carbono (aproximadamente el equivalente a 10 ó 20 kilómetros en automóvil) respecto a un menú similar elaborado con carne.

La empresa, que en la actualidad cuenta con dos restaurantes en Nueva York y dos en Londres, ofrece a sus clientes una carta de fidelidad cuyos puntos aumentan en función del ahorro de CO2 que se consiga.

Más información

Fuente

Compartir

(fin del artículo)